

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bank pada dasarnya adalah entitas yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau dengan kata lain melaksanakan fungsi intermediasi keuangan. Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan pada Prinsip Syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Perbankan Syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('*adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim* dan obyek yang haram. Selain itu, UU Perbankan Syariah juga mengamanahkan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga *baitul mal*, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai kehendak pemberi wakaf (*wakif*).

Pelaksanaan teknis Undang-Undang Perbankan Syariah diuraikan melalui berbagai bentuk Peraturan Bank Indonesia (PBI) dan Surat Edaran Bank Indonesia (SEBI). PBI yang telah diterbitkan yang berhubungan dengan perbankan syariah diantaranya adalah PBI No.11/3/PBI/2009 tentang Bank Umum Syariah, PBI No.11/13/PBI/2009 tentang Pelaksanaan *Good Corporate Governance* bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah, dan PBI No.6/24/PBI/2004 tentang Bank Umum yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah. Adapun Surat Edaran yang telah diterbitkan yang berhubungan dengan perbankan syariah diantaranya adalah SEBI No.12/13/DPbS/2010 tentang Pelaksanaan *Good Corporate Governance* bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah dan SEBI

No.8/19/DPbS/2006 tentang Pedoman Pengawasan Syariah dan Tata Cara Pelaporan Hasil Pengawasan bagi Dewan Pengawas Syariah.

Perbankan Syariah di Indonesia terdiri dari Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dapat dilihat dalam tabel berikut:

TABEL 1.1
Bank Umum Syariah di Indonesia

Nama Bank	Jumlah	Jumlah Kantor
PT. Bank Muamalat Indonesia PT. Bank Victoria Syariah Bank BRISyariah B.P.D. Jawa Barat Banten Syariah Bank BNI Syariah Bank Syariah Mandiri Bank Syariah Mega Indonesia Bank Panin Syariah PT. Bank Syariah Bukopin PT. BCA Syariah PT. Maybank Syariah Indonesia PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	12	2121

Sumber: <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/PBS-dan-Kelembagaan.aspx> diakses pada tanggal 23 September 2017.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Industri perbankan Indonesia saat ini masih di dominasi oleh perbankan konvensional (www.tribunnews.com, 2016). Perbankan syariah di Indonesia harus menggunakan strategi pemasaran yang kompetitif dan memberikan perhatian khusus kepada perilaku masyarakat untuk berkompetisi dalam lingkungan perbankan nasional maupun global.

Salah satu penyebab masyarakat enggan beralih dari bank konvensional adalah adanya persepsi negatif terhadap bank syariah (www.tribunnews.com, 2016). Terdapat 3 persepsi masyarakat yang salah tentang bank syariah. Persepsi pertama yaitu perbankan syariah hanya diperuntukkan bagi orang muslim, padahal bank syariah dapat digunakan oleh siapa saja karena tidak berkaitan dengan ritual keagamaan Islam. Bank syariah terbuka bagi semua orang yang ingin memanfaatkan pembiayaan dengan berdasar prinsip islam. Persepsi kedua bank syariah dianggap memiliki produk yang terbatas jika dibandingkan dengan bank konvensional, produk bank syariah tidak berbeda jauh dengan bank konvensional pada umumnya, hanya

saja prinsip kegiatan usahanya menggunakan prinsip syariah. Persepsi ketiga yaitu masyarakat menganggap bahwa menabung di bank syariah tidak memberikan keuntungan, hal ini karena dalam sistem bank syariah tidak mengenal bunga karena dinilai riba dalam ajaran islam, akan tetapi bank syariah menggunakan sistem bagi hasil dalam kegiatan usahanya mulai dari penghimpunan hingga penyaluran dana.

(Sumber: <http://www.tribunnews.com/bisnis/2016/07/01/tiga-persepsi-yang-selama-ini-salah-tentang-bank-syariah> diakses pada tanggal 23 September 2017)

Persepsi adalah proses yang dimulai dengan adanya paparan (*exposure*) yang merupakan paparan informasi yang diterima oleh otak (Hawkins dan Mothersbaugh, 2016:274) oleh karena itu informasi yang diterima oleh masyarakat akan mempengaruhi persepsi mereka mengenai bank syariah di Indonesia. Salah satu informasi tersebut adalah informasi mengenai perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional dan perbedaan antara sistem bunga bank konvensional dengan sistem bagi hasil pada bank syariah.

Perbedaan yang mendasar antara bank syariah dengan bank konvensional yaitu terletak pada:

TABEL 1.2

Perbedaan Bank Konvensional dengan Bank Syariah

No.	Bank Konvensional	Bank Syariah
1.	Bebas nilai	Berinvestasi pada usaha yang halal
2.	Sistem bunga	Atas dasar bagi hasil, margin keuntungan dan <i>fee</i>
3.	Besaran bunga tetap	Besaran bagi hasil berubah-ubah tergantung kinerja usaha
4.	<i>Profit oriented</i> (kebahagiaan dunia saja)	<i>Profit dan falah oriented</i> (kebahagiaan dunia dan akhirat)
5.	Hubungan debitur-kreditur	Pola hubungan: 1. Kemitraan (<i>musyarakah</i> dan <i>mudharabah</i>) 2. Penjual – pembeli (<i>murabahah</i> , <i>salam</i> dan <i>istishna</i>) 3. Sewa menyewa (<i>ijarah</i>) 4. Debitur – kreditur
6.	Tidak ada lembaga sejenis dengan Dewan Pengawas Syariah	Ada Dewan Pengawas Syariah (DPS)

Sumber: <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/PBS-dan-Kelembagaan.aspx> diakses pada tanggal 23 September 2017.

Berdasarkan tabel 1.2, perbedaan pertama yaitu pada bank syariah investasi yang dilakukan hanyalah pada usaha yang halal, sedangkan pada bank konvensional tidak ada ketentuan nilai investasi dan pada usaha apa saja. Perbedaan kedua dan ketiga yaitu keuntungan yang diperoleh nasabah, pada bank konvensional menggunakan sistem bunga yang nilainya tetap sebesar persentase tertentu, sedangkan pada bank syariah menggunakan sistem bagi hasil, margin keuntungan dan *fee* yang jumlahnya dapat berubah sesuai dengan kinerja usaha.

Perbedaan keempat yaitu usaha bank konvensional adalah *profit oriented*, dimana bank hanya berusaha mencari keuntungan. Sedangkan bank syariah tidak hanya berorientasi pada mencari keuntungan atau *profit oriented* tetapi juga *falah oriented*. Perbedaan kelima terletak pada pola hubungan antara nasabah dan bank. Pada bank konvensional hubungan antara nasabah dan bank hanyalah hubungan antara debitur dan kreditur. Sedangkan pada bank syariah terdapat empat pola hubungan, yaitu kemitraan (*musyarakah* dan *mudharabah*), hubungan antara penjual dan pembeli (*murabahah*, *salam* dan *istishna*), sewa menyewa (*ijarah*), dan hubungan yang terakhir yaitu debitur dan kreditur dalam pengertian *equity holder* (*qard*). Perbedaan terakhir adalah adanya lembaga khusus yang mengawasi aktivitas usaha bank syariah, yaitu Dewan Pengawas Syariah (DPS), sedangkan pada bank konvensional tidak ada lembaga sejenis DPS.

Perbedaan antara system bunga bank dengan prinsip bagi hasil bank syariah adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3

Perbedaan Sistem Bunga Bank dengan Prinsip Bagi Hasil Bank Syariah

No.	Sistem Bunga	Sistem Bagi Hasil
1.	Asumsi selalu untung	Ada kemungkinan untung/rugi
2.	Didasarkan pada jumlah uang (pokok) pinjaman	Didasarkan pada rasio bagi hasil dari pendapatan/keuntungan yang diperoleh nasabah pembiayaan
3.	Nasabah kredit harus tunduk pada pemberlakuan perubahan tingkat suku bunga tertentu secara sepihak oleh bank, sesuai dengan fluktuasi tingkat suku bunga di pasar uang. Pembayaran	Margin keuntungan untuk bank (yang disepakati bersama) yang ditambahkan pada pokok pembiayaan berlaku sebagai harga jual yang tetap sama hingga

	bunga yang sewaktu-waktu dapat meningkat atau menurun tersebut tidak dapat dihindari oleh nasabah di dalam masa pembayaran angsuran kreditnya.	berakhirnya masa akad. Porsi pembagian bagi hasil berdasarkan nisbah (yang disepakati bersama) berlaku tetap sama, sesuai akad, hingga berakhirnya masa perjanjian pembiayaan (untuk pembiayaan konsumtif)
4.	Tidak tergantung pada kinerja usaha. Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat meskipun jumlah keuntungan berlipatganda saat keadaan ekonomi sedang baik	Jumlah pembagian bagi hasil berubah-ubah tergantung kinerja usaha (untuk pembiayaan berdasarkan bagi hasil)
5.	Eksistensi bunga diragukan kehalalannya oleh semua agama termasuk agama Islam	Tidak ada agama yang meragukan keabsahan bagi hasil
6.	Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi	Bagi hasil tergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Jika proyek itu tidak mendapatkan keuntungan maka kerugian akan ditanggung bersama kedua pihak

Sumber: <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/PBS-dan-Kelembagaan.aspx> diakses pada tanggal 23 September 2017

Dari tabel 1.3 menyatakan perbedaan antara sistem bunga bank konvensional dengan sistem bagi hasil pada bank syariah. Perbedaan pertama sistem bunga memiliki asumsi selalu untung karena telah ditetapkan persentase tertentu dari nilai yang diinvestasikan. Sedangkan pada sistem bagi hasil ada kemungkinan untung dan rugi hal ini bergantung pada kinerja usaha. Perbedaan kedua, besaran bunga pinjaman bergantung kepada jumlah uang/pokok pinjaman, sedangkan pada bank syariah didasarkan pada rasio bagi hasil dari pendapatan/keuntungan yang diperoleh oleh nasabah pembiayaan. Perbedaan ketiga yaitu nasabah kredit harus tunduk pada pemberlakuan perubahan tingkat suku bunga tertentu secara sepihak oleh bank, sesuai dengan fluktuasi tingkat suku bunga di pasar uang. Pembayaran bunga yang sewaktu-waktu dapat meningkat atau menurun tersebut tidak dapat dihindari oleh

nasabah di dalam masa pembayaran angsuran kreditnya. Sedangkan pada bank syariah margin keuntungan untuk bank (yang disepakati bersama) yang ditambahkan pada pokok pembiayaan berlaku sebagai harga jual yang tetap sama hingga berakhirnya masa akad. Porsi pembagian bagi hasil berdasarkan nisbah (yang disepakati bersama) berlaku tetap sama, sesuai akad, hingga berakhirnya masa perjanjian pembiayaan (untuk pembiayaan konsumtif). Sehingga tidak akan ada perubahan sepihak oleh bank.

Perbedaan keempat besar keuntungan yang di dapat nasabah tidak tergantung pada kinerja usaha. Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat meskipun jumlah keuntungan berlipat ganda saat keadaan ekonomi sedang baik. Sedangkan pada bank syariah jumlah pembagian bagi hasil berubah-ubah tergantung kinerja usaha (untuk pembiayaan berdasarkan bagi hasil). Perbedaan kelima yaitu eksistensi bunga diragukan kehalalannya oleh semua agama termasuk agama Islam sedangkan dengan sistem bagi hasil tidak demikian. Perbedaan terakhir, pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi. Sedangkan pada bank syariah bagi hasil tergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Jika proyek itu tidak mendapatkan keuntungan maka kerugian akan ditanggung bersama kedua pihak.

Minimnya informasi yang di dapat oleh masyarakat karena kurangnya sosialisasi dari bank syariah membentuk persepsi yang negatif. Masyarakat beranggapan bahwa bank konvensional telah didukung oleh teknologi informasi canggih sehingga pelayanan terhadap masyarakat lebih cepat. Selain itu masyarakat beranggapan bahwa bank konvensional memberikan kemudahan dan kantor layanan tersebar di seluruh pelosok sedangkan bank syariah jumlahnya masih sedikit, sehingga akan menyulitkan jika harus bertransaksi baik melalui bank langsung maupun melalui ATM.

(Sumber: <http://www.gomuslim.co.id/read/opini/2017/04/08/3732/bank-halal-itu-bernama-bank-syariah.html>, diakses pada tanggal 23 September 2017)

Keberhasilan pengelolaan bank syariah di suatu Negara salah satunya dapat dilihat dari seberapa besar pangsa pasar yang diperoleh dan tingkat kepercayaan terhadap suatu bank berdasarkan kualitas pelayanan. Tabel 1.4 berikut merupakan tabel pangsa pasar perbankan syariah di dunia.

TABEL 1.4

Pangsa Pasar Perbankan Syariah Dunia Juni 2017

Negara	Pangsa Pasar
Saudi Arabia	51,2%
Kuwait	45,2%
Bahrain	29,3%
Qatar	25,8%
Malaysia	21,3%
Uni Emirate Arab	21,3%
Turki	5,5%
Indonesia	5,3%

Sumber: <https://ekbis.sindonews.com/read/1211638/178/mayoritas-penduduk-muslim-ri-masih-terbelakang-dalam-industri-syariah-1496842044> diakses pada

tanggal 23 September 2017

Dari tabel 1.4 menyatakan bahwa pada bulan Juni tahun 2017 negara dengan pangsa pasar perbankan syariah tertinggi adalah Saudi Arabia dengan jumlah pangsa pasar sebesar 51,2%, dan negara dengan pangsa pasar perbankan syariah terendah adalah Indonesia sebesar 5,33%. Pangsa pasar perbankan syariah Indonesia masih jauh di bawah Malaysia dengan jumlah pangsa pasar sebesar 21,3%, yang artinya industri perbankan syariah di Indonesia saat ini masih belum dapat bersaing dengan industri perbankan di negara-negara mayoritas islam lainnya dan persepsi masyarakat terhadap bank syariah masih sangat rendah sehingga masyarakat masih enggan beralih ke bank syariah.

Indonesia dan Malaysia merupakan dua Negara di kawasan Asia Tenggara yang merupakan penggerak berkembangnya industri perbankan syariah. Dengan berkembangnya sistem perbankan dan keuangan syariah di dua negara tersebut mendorong negara-negara di kawasan Asia Tenggara untuk berpartisipasi dalam mengembangkan industry keuangan syariah. Mengingat pada tahun 2015 telah terjadi integrasi ekonomi Negara-negara ASEAN di mana sector keuangan syariah termasuk di dalamnya (Rama, 2015).

Selain di kedua negara ASEAN tersebut, perbankan syariah juga berkembang di Brunei Darussalam. Negara ini termasuk negara berpenduduk Muslim yang cukup intens mengembangkan industri keuangan syariah. Singapura sebagai negara minoritas Muslim yang bertetangga dengan Malaysia dan Indonesia juga punya ambisi untuk mengembangkan industri keuangan syariah. Bahkan negara tersebut sudah memproklamkan diri untuk menjadi pusat keuangan syariah di kawasan Asia

bahkan di dunia. Ambisi ini tentunya didukung oleh reputasi negara Singapura sebagai pusat keuangan di dunia selama ini (Rama, 2015).

Indonesia seharusnya menjadi pasar yang sangat potensial bagi perbankan syariah. Hal ini disebabkan Indonesia memiliki penduduk muslim terbesar di dunia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia pada tahun 2010 mengenai jumlah penduduk Indonesia menurut agama yang dianut, pemeluk agama Islam sebesar 207.176.162 jiwa dari total 237.641.326 jiwa atau sebesar 87,18%. Dengan penduduk mayoritas muslim dapat menjadi potensi atau peluang terhadap industri perbankan syariah. Tetapi kesadaran konsumen terhadap industri syariah di Indonesia masih sangat minim, hal ini dapat dilihat melalui pangsa pasar yang diperoleh bank syariah saat ini masih 5,3%.

Bagaimana menumbuhkan niat masyarakat untuk beralih (*switching*) dari bank konvensional ke bank syariah merupakan hal sangat penting untuk meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia. Menurut Clemes D. et.al (2010) industri perbankan yang kompetitif berfokus pada perilaku perpindahan nasabah (*customer switching behavior*) dan perpindahan penyedia jasa tersebut dapat mengurangi pangsa pasar dan keuntungan dari bank.

Menurut Bansal et.al., dalam Hizbul (2017:25) *switching intention* (intensi berpindah) merupakan tingkat kemungkinan atau kepastian bahwa pelanggan akan berpindah dari penyedia jasa saat ini kepada penyedia jasa baru. Salah satu penyebab utama pelanggan berpindah penyedia layanan (*provider*) adalah pelayanan yang buruk. Perpindahan pelanggan memberikan efek bagi perusahaan diantaranya penurunan pangsa pasar, berkurangnya pendapatan, dan peningkatan *word of mouth* yang negative (Khan et.al, 2014)

Pengaruh dari kualitas pelayanan, persepsi konsumen, *behavioral intention*, dan *perceived value* adalah faktor yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana merupakan prediktor yang signifikan dari *switching intention*, dan kepuasan pelanggan merupakan asset tidak berwujud yang sangat penting bagi perusahaan untuk meraih keuntungan (Peng, lai, Chen, & wel, 2015; Ryuu, Lee, & Gon Kim, 2012 dalam Jamil dan Akhter, 2016).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Jamil, dan Akhter (2016) persepsi memiliki pengaruh yang signifikan dengan menggunakan kepuasan pelanggan sebagai mediator terhadap *customer switching intention*. Dengan demikian dapat di

tarik asumsi bahwa perpindahan nasabah bank konvensional dipengaruhi adanya persepsi dan juga kepuasan pelanggan terhadap bank syariah.

Menurut Kotler dan Keller (2016:189) persepsi adalah orang yang termotivasi siap untuk bertindak. Dalam pemasaran, persepsi lebih penting daripada kenyataan karena persepsidapat mempengaruhi perilaku aktual konsumen. Hawkins dan Mothersbaugh (2016:274),menyatakan bahwa persepsi adalah sebuah proses yang dimulai dengan adanya paparan (*exposure*), dan perhatian (*attention*) dari konsumen atas rangsangan pemasaran (*marketing stimuli*) yang di akhiri dengan interpretasi konsumen (*interpretation*).

Menurut Koter dan Keller (2016:153) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan suatu produk atau jasa (atau hasil) dengan harapannya. Jika kinerja gagal memenuhi harapannya, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapannya, maka pelanggan akan merasa puas. Jika melebihi harapannya, maka pelanggan akan merasa sangat puas atau senang.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memberikan kepuasan kepada nasabahnya adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat yang luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah merupakan hal penting. Dengan adanya perbankan syariah yang telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syari'ah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Dalam teori perilaku konsumen, kepercayaan masyarakat dapat diperoleh dari sebuah perusahaan dengan menggunakan beberapa cara, diantaranya adalah dengan memberikan rangsangan pemasaran dari dalam dan luar perusahaan. Rangsangan pemasaran dari dalam perusahaan dapat berbentuk seperti iklan, promosi, dan sebagainya yang menerangkan tentang kualitas produk (barang maupun jasa), harga dan saluran distribusinya. Sedangkan rangsangan dari luar dapat berupa kondisi ekonomi, politik, teknologi dan kebudayaan yang ada di masyarakat setempat.

(Sumber:<https://adisujai.wordpress.com/2010/08/15/kualitas-pelayanan-dan-kaitannya-dengan-kepuasan-nasabah-bank-syariah/> diakses pada tanggal 29 November 2017)

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas mengenai perilaku konsumen terhadap *switching intention* pada bank syariah, peneliti tertarik untuk mengadakan sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI BANK SYARIAH DI INDONESIA TERHADAP *CUSTOMER SWITCHING INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI MEDIATOR”**.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan di atas dapat diidentifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai persepsi bank syariah di Indonesia?
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai *customer satisfaction*?
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai *customer switching intention*?
4. Bagaimana pengaruh persepsi bank syariah di Indonesia terhadap *customer stisfaction*?
5. Bagaimana pengaruh *customer stisfaction* terhadap *customer switching intention*?
6. Bagaimana pengaruh persepsi bank syariah di Indonesia terhadap *customer switching intention*?
7. Bagaimana pengaruh persepsi bank syariah di Indonesia dengan dimediasi oleh *customer stisfaction* terhadap *customer switching intention*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai persepsi bank syariah di Indonesia.
2. Mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai *customer satisfaction*.
3. Mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai *customer switching intention*.
4. Mengetahui bagaimana pengaruh persepsi bank syariah di Indonesia terhadap *customer satisfaction*.

5. Mengetahui bagaimana pengaruh *customer stisfaction* terhadap *customer switching intention*.
6. Mengetahui bagaimana pengaruh persepsi bank syariah di Indonesia terhadap *customer switching intention*.
7. Mengetahui bagaimana pengaruh persepsi bank syariah di Indonesia dengan dimediasi oleh *customer stisfaction* terhadap *customer switching intention*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini terbagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi khazanah keilmuan di bidang pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan *perception*, *customer satisfaction*, dan *customer switching intention*. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pelaku usaha mengenai persepsi konsumen, *customer satisfaction*, dan *customer switching intention*.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan Skripsi ini terbagi menjadi 5 (lima) bab. Sistematika penulisan Skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang penjelasan gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan Skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian, yang meliputi uraian tentang: jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang uraian secara kronologis dan sistematis mengenai hasil analisis data seperti karakteristik responden, dan analisis hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan penulis dari keseluruhan laporan serta saran penulis yang merupakan solusi dari kesimpulan.